

LUHMANN, Niklas

La realidad de los medios de masas

Rubí-México D.F: Anthropos Editorial, 2000, 180 p.

La realidad de los medios de masas no és, en cap cas, un manual sobre sociologia dels mitjans de comunicació de massa. Es tracta, a més, de l'obra final de Niklas Luhmann i és, així mateix, la primera introducció monogràfica de l'autor alemany al món dels mitjans de comunicació de massa. És un llibret de lectura difícil, sobretot per part d'aquells lectors que no estan familiaritzats amb els conceptes bàsics de la teoria general de sistemes, en la qual es mou permanentment Luhmann. Però comença amb una afirmació forta, molt propera a la tesi dels *powerful media*: «Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas» (p. 1). En tot el llibre, no s'hi troba cap desenvolupament d'aquesta afirmació. De fet, *La realidad de los medios de masas* no s'ocupa mai del problema dels efectes socials dels mitjans de comunicació.

La realidad de los medios de masas té una gran quantitat de conceptes bàsics. Alguns d'aquests conceptes bàsics, que requereixen un coneixement previ per part del lector, són, entre d'altres: autoreferència/heteroreferència; autopoiesi; clausura operativa; les complexes relacions entre el sistema i

l'entorn; observació de segon ordre, i un llarg etcètera. Cal fer notar que Luhmann afirma que els mitjans de comunicació de massa duen a terme efectes de construcció de la realitat. Luhmann dóna per descomptat aquests conceptes; d'aquí que es tracti d'un llibre difícil. L'autor divideix l'acció dels mitjans de comunicació en tres camps programàtics, com els anomena ell mateix: notícies i reportatges (cap. 5); publicitat (cap. 7), i entreteniment (cap. 8). Luhmann posa de manifest un coneixement molt pregon de temes com ara: teatre de/amb escenari (teatre escenificat); novel·la. Luhmann defineix així els processos de comunicació impulsats pels mitjans de comunicació de massa:

En las consideraciones siguientes deberá entenderse por medios de comunicación de masas, todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva. De este modo, se debe pensar sobre todo en libros, revistas y periódicos en lo referente al medio impreso, así como en reproducción fotográfica o electrónica de todo tipo, en la medida en que su producción sea en gran número y esté dirigida a receptores desconocidos. Entra

también dentro de esta defición, el extendimiento de la comunicación llevada a cabo por la radio, siempre y cuando esta comunicación radiofónica sea accesible al público y no una mera comunicación telefónica que sirva a individuos particulares (p. 2-3).

És a dir, cap definició de la comunicació de massa que faci referència a les mediacions tècniques, com seria més habitual en una bona literatura especialitzada sobre aquest tema.

La realidad de los medios de masas està dividit en setze capítols, alguns dels quals ocupen una extensió bastant variable (així, el capítol més llarg és el 5, titulat «Noticias y reportajes», de vint-i-tres planes; i el més curt, el 6, titulat «Ricúpero», relatiu a un cas particular; és a dir, la dimissió del ministre de Finances del Brasil, el setembre del 1994, Ricúpero, amb un total de tres planes). *La realidad de los medios de masas* fa referència a qüestions que formen part del marc teòric general de l'autor i a qüestions més particulars, que concerneixen l'exemple concret dels mitjans de comunicació de massa, que Luhmann defineix com un sistema:

Esto lo llevaremos a cabo mediante la consideración de que los *mass media* son un sistema que atiende a una función de la sociedad moderna y que, como todos los otros sistemas que se encargan de una función en la sociedad, debe su alta capacidad de rendimiento al proceso de diferenciación, a la clausura operativa y a la autonomía autopoietica del sistema.

Luhmann sempre considera els mitjans de comunicació de massa com un sistema de la societat, com altres àmbits de l'activitat social (així, la política o l'economia), però enlloc analitza a fons aquest concepte important. També defineix la societat com un sistema social. L'autor no parla mai de persones, homes i dones. Per contra, parla sempre d'individus i, a tot estirar, parla de sistemes psíquics. Mereix una atenció especial, quan l'autor identifica, tipificats, i els desenvolupa, deu selectors, en el camp de les notícies i els reportatges.

En suma, *La realidad de los medios de masas* és una obra interessant per als estudiosos de Niklas Luhmann, però no tant per a aquells que esperen trobar una altra cosa en aquesta aproximació del sociòleg alemany al món dels mitjans de comunicació de massa. No és un llibre recomanable per a la docència de llicenciatura, ni per als estudiants de primer i segon cicle, però sí per als de tercer cicle, o bé per a seminaris especialitzats que es dediquin a estudiar l'obra de Niklas Luhmann. Finalment, es tracta d'un llibre important, traduït a l'espanyol d'una manera correcta. *La realidad de los medios de masas* conté molts conceptes que formen part del marc teòric de Luhmann. Per tant, ens ha semblat poc procedent analitzar tots aquests conceptes centrals de la tasca d'aquest autor. De fet, per dur a terme una feina així, caldria realitzar un treball molt diferent.

Lluís Badia

Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Periodisme
i de Ciències de la Comunicació

BOURDIEU, Pierre

La dominación masculina

Barcelona: Anagrama, 2000, 160 p.

Pierre Bourdieu ha vuelto a provocar una fuerte polémica, y encontrados debates con las feministas francesas, con su últi-

ma obra, *La dominación masculina*. En ella analiza los mecanismos que posibilitan la pervivencia de lo que él denomina